



O TIKTOK E A RECONFIGURAÇÃO DA ENUNCIÇÃO EM VÍDEOS CURTOS NA CONTEMPORANEIDADE

TIKTOK AND THE RECONFIGURATION OF ENUNCIATION IN SHORT VIDEOS IN CONTEMPORARY TIMES

TIKTOK Y LA RECONFIGURACIÓN DE LA ENUNCIACIÓN EN VÍDEOS CORTOS EN LA CONTEMPORANEIDAD

João Augusto Faustino¹

Maria Teresa Miceli Kerbauy²

Resumo: O presente artigo analisa o TikTok como interface comunicacional central no ecossistema midiático digital contemporâneo, compreendendo-o como um dispositivo semiótico que reorganiza regimes de produção, circulação e consumo de sentidos. A pesquisa investiga as estratégias discursivas mobilizadas pela plataforma, com ênfase nas dimensões analíticas do tempo e da enunciação nos conteúdos audiovisuais curtos. Metodologicamente, o estudo ancora-se na semiótica discursiva francesa, especialmente no arcabouço greimasiano, interpelada pelo percurso gerativo de sentido e articulada à uma revisão bibliográfica. A análise evidencia que as funcionalidades do TikTok, como filtros, *trends* e a facilidade de edição operam como dispositivos que orientam práticas enunciativas, regimes de visibilidade e dinâmicas de viralização, configurando novas formas de experiência midiática no ambiente digital.

Palavras-chave: Enunciação; Regimes de interação; Ajustamento; Produção; Circulação.

Abstract: This article analyzes TikTok as a central communicational interface in the contemporary digital media ecosystem, understanding it as a semiotic device that reorganizes regimes of production, circulation, and consumption of meaning. The research investigates the discursive strategies mobilized by the platform, with an emphasis on the analytical dimensions of time and enunciation in short audiovisual content. Methodologically, the study is anchored in French discursive semiotics, especially the Greimasian framework, questioned by the generative path of meaning and articulated with a bibliographic review. The analysis shows that TikTok's functionalities, such as filters, trends, and ease of editing, operate as devices that guide enunciative practices, regimes of visibility, and viralization dynamics, configuring new forms of media experience in the digital environment.

Keywords: Enunciation; Interaction regimes; Adjustment; Production; Circulation.

Resumen: Este artículo analiza TikTok como una interfaz comunicacional central en el ecosistema mediático digital contemporáneo, entendiéndolo como un dispositivo semiótico que reorganiza los regímenes de producción, circulación y consumo de significado. La investigación indaga en las estrategias discursivas movilizadas por la plataforma, con énfasis en las dimensiones analíticas del tiempo y la enunciación en contenidos audiovisuales breves. Metodológicamente, el estudio se ancla en la semiótica discursiva francesa, especialmente en el marco greimasiano, cuestionado por la vía generativa del

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação de Comunicação na Universidade Estadual Paulista (Unesp). Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). joao280303@gmail.com

² Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação da Unesp, campus de Bauru. teresa.kerbauy@gmail.com



significado y articulado con una revisión bibliográfica. El análisis muestra que las funcionalidades de TikTok, como los filtros, las tendencias y la facilidad de edición, operan como dispositivos que guían las prácticas enunciativas, los regímenes de visibilidad y las dinámicas de viralización, configurando nuevas formas de experiencia mediática en el entorno digital.

Palabras clave: Enunciación; Regímenes de interacción; Ajuste; Producción; Circulación.

INTRODUÇÃO

O panorama tecnológico-comunicacional contemporâneo é atravessado por intensas transformações que, continuamente, reconfiguram modelos de produção, circulação e consumo de sentidos. Tais mudanças não se limitam a inovações técnicas recentes, mas dialogam com uma longa história das interfaces. Nesse contexto, a consolidação de interfaces com maior usabilidade promoveu deslocamentos profundos nas dinâmicas sociais, políticas, econômicas e culturais, ao tensionar o modelo de transmissão informacional centralizado das mídias de massa e instaurar uma lógica reticular, marcada pela conectividade, pela participação e pela circulação ampliada de discursos (Schellewald, 2025).

É nesse cenário de constante reformulação das culturas midiáticas (Jenkins; Ford, 2015) que se insere o TikTok, plataforma classificada como rede social e considerada uma das mais influentes da atualidade. Lançado em 2016 pela empresa chinesa ByteDance, o TikTok rompeu paradigmas ao se consolidar como uma interface comunicacional centrada na produção e circulação de vídeos curtos, fortemente ancorada na experiência audiovisual, na facilidade de edição e em funcionalidades orientadas à viralização. O crescimento acelerado da plataforma, que alcançou cerca de 100 milhões de usuários em aproximadamente 500 dias (Chagas; Stefano, 2022), evidencia sua importância no atual ecossistema das redes sociais digitais e sua capacidade de reorganizar práticas comunicacionais e regimes de visibilidade.

Conforme descrito no *site* da plataforma (s.d):

A missão do TikTok é inspirar a criatividade e trazer alegria. Estamos criando uma comunidade global em que os usuários podem criar e compartilhar com autenticidade, descobrir o mundo ao seu redor e se conectar com outras pessoas de qualquer lugar do mundo. [...] O TikTok é uma plataforma de inclusão criada com base na expressão criativa. Incentivamos os usuários a celebrar o que os torna únicos, ao mesmo tempo em que encontram uma comunidade que faz o mesmo.

Sob esse horizonte que se inscreve a presente investigação, que tem como objetivo analisar as estratégias discursivas cingidas pelo TikTok para a produção e circulação de conteúdos no ecossistema midiático digital contemporâneo. A pesquisa parte do entendimento de que tais estratégias não se reduzem a funcionalidades técnicas, mas operam como dispositivos semióticos que organizam regimes de sentido e orientam práticas enunciativas. Nesse sentido, o estudo se concentra especificamente nas dimensões do tempo e da lógica da enunciação conservada pela plataforma, buscando compreender como essas categorias são mobilizadas na constituição dos discursos audiovisuais curtos. Para tanto, adota-se como eixo teórico-metodológico a semiótica discursiva francesa, cujas proposições permitem apreender os mecanismos de significação implicados nessas práticas (Oliveira, 2013; Oliveira, 2025).

A partir desse enquadramento, mobiliza-se o arcabouço da semiótica greimasiana para decompor o percurso gerativo do sentido que estrutura as possibilidades de produção e circulação no TikTok. As ferramentas analíticas desse campo permitem articular os níveis narrativo e discursivo, possibilitando a compreensão de como valores, programas de ação e estratégias de enunciação são atualizados na



plataforma. Tal abordagem torna visíveis tanto as estruturas abstratas que sustentam o funcionamento do suporte quanto suas manifestações concretas nas práticas comunicacionais (Greimas; Courtés, 2008; Floch, 2001; Barros, 2005; Fiorin, 2012).

Para tanto, mobiliza-se, em convergência com essa base teórica-analítica, a noção de *affordances*, compreendidas como as possibilidades de ação oferecidas por uma tecnologia a partir de sua estrutura e de seus modos de uso (Chagas; Stefano, 2022). Essa perspectiva permite compreender como o TikTok organiza simultaneamente a produção e a recepção dos vídeos, instaurando condições específicas de visibilidade, interação e reconhecimento. Entre os principais recursos disponibilizados pela plataforma, destacam-se a ampla biblioteca de músicas, áudios e trilhas, aliada a funcionalidades como o recurso “use esse som”. Paralelamente, os recursos visuais, de edição e de interação, como filtros, efeitos, *hashtags*, duetos, costuras e respostas em vídeo; ampliam as possibilidades expressivas dos usuários.

O presente artigo se divide em três seções, além das considerações finais. Na primeira seção, analisa-se a emergência do TikTok no contexto da cultura digital, evidenciando como o TikTok reorganizou a lógica de enunciação nos conteúdos audiovisuais curtos. A segunda seção dedica-se à análise da experiência do usuário no que tange à dimensão da viralização e da programação promovida pela interface através de seus pilares discursivos. Na terceira seção, examinam-se as estratégias enunciativas mobilizadas no TikTok, com foco no tempo, nas operações de debreagem e no regime de ajustamento sustentado pelo empreendimento.

A CHEGADA DO TIKTOK E A REORGANIZAÇÃO DA ENUNCIAÇÃO NO AMBIENTE DIGITAL

No mapeamento das imbricações contemporâneas que conformam o ambiente digital, é fundamental compreender a intensa dinâmica de surgimento, experimentação e desaparecimento que marca a cultura midiática atual. O século XXI é atravessado por uma proliferação de aplicativos e redes que oferecem conteúdos pautados por interações breves e consumo acelerado, fenômeno que, segundo Anderson (2020), reflete tanto a aceleração do tempo social quanto a busca constante por viralização. A efemeridade torna-se, assim, uma característica estruturante dessas experiências, nas quais as narrativas se constroem a partir de *loops* curtos, vídeos fragmentados e de uma lógica algorítmica que privilegia o novo, o breve e o replicável.

Como observa Diana Barros (2011), o ambiente digital é marcado pela presença de discursos complexos, uma vez que os conteúdos veiculados na *internet* fundem características da fala e da escrita, constituindo um campo híbrido e paradoxal. Esse entrelaçamento mantém, simultaneamente, traços contraditórios: de um lado, a proximidade e a subjetividade evocadas pela oralidade; de outro, o distanciamento, a objetividade e a duratividade semioticamente associadas à escrita. Nesse espectro, os efeitos de sentido das partículas discursivas operam de modo concomitante, tensionando diferentes regimes de produção e circulação do sentido.

Em uma operação marcada pela coexistência do próximo e do distante, do formal e do informal, do completo e do fragmentário, o panorama contemporâneo das redes sociais revela uma complexidade semântica e sintagmática significativa. No que se refere especificamente aos conteúdos audiovisuais, Floch (2001) propõe que os vídeos sejam compreendidos como objetos sincréticos, isto é, compostos



por múltiplas linguagens — verbal, sonora, visual e gestual. Para o autor, essas camadas não devem ser dissociadas, mas entendidas como um “todo de significação”, no qual as linguagens atuam de maneira integrada.

Esse ecossistema sincrético, que antecede a chegada do TikTok, caracteriza-se por constantes variações em suas dimensões sintagmáticas e pela proliferação de plataformas de nicho, exemplificando a diversidade de propostas na rede. É o caso do Ello, voltado à comunidade artística; do Mastodon, apresentado como alternativa ao Twitter, com regras mais rígidas; do Gab, que reúne usuários banidos de outras redes; e do Parler, associado a discursos da extrema-direita.

Lançado em setembro de 2016 sob o nome Douyin, pela empresa chinesa ByteDance, o TikTok foi concebido para a circulação de vídeos curtos e virais. Inicialmente restrito ao mercado chinês, o aplicativo dialogava com tendências já consolidadas no consumo audiovisual digital. Em novembro de 2017, a ByteDance adquiriu o Musical.ly e promoveu a fusão entre as plataformas, expandindo o serviço globalmente sob o nome TikTok. Segundo Anderson (2020), esse movimento foi decisivo para a consolidação internacional da rede ainda naquele ano, marcando a transição definitiva do aplicativo para o ecossistema global das redes sociais digitais.

Bonfiglio (2019) destaca que a incorporação de dinâmicas do Vine e do Musical.ly foi fundamental para moldar o TikTok tal como é conhecido hoje. A plataforma assimilou práticas de criação já familiares aos usuários, ao mesmo tempo em que aprimorou sua usabilidade e ampliou as possibilidades de edição. Esse processo facilitou a migração de públicos oriundos dessas redes, especialmente após o encerramento do Vine. Embora existam controvérsias quanto à substituição direta entre as plataformas, Anderson (2020) observa que o TikTok herdou a lógica de viralização baseada em memes, desafios e tendências que rapidamente alcançaram a cultura mainstream.

Desde sua consolidação, o TikTok rompeu paradigmas no ecossistema digital ao apresentar um crescimento acelerado e sem precedentes. Em apenas 500 dias, a plataforma atingiu 100 milhões de usuários e ultrapassou a marca de um bilhão de vídeos assistidos diariamente (Chagas; Stefano, 2022). Em 2021, acumulava mais de três bilhões de *downloads* e mais de um bilhão de usuários ativos no mundo. Mesmo diante de tentativas de censura em países como Estados Unidos e Índia, sua expansão não foi significativamente afetada, reforçando sua centralidade no cenário contemporâneo da *internet*.

Para Chagas e Stefano (2022), a trajetória do TikTok está diretamente relacionada à sua capacidade de romper com a hegemonia das plataformas ocidentais, tornando-se o primeiro aplicativo chinês de alcance verdadeiramente global. A centralidade da experiência visual, aliada à facilidade de edição e aos mecanismos voltados à viralização, consolidou a rede como um espaço privilegiado de circulação de conteúdos. Esses elementos contribuíram para transformar o TikTok em um dos principais ambientes de produção cultural digital da atualidade, redefinindo padrões de visibilidade, engajamento e consumo midiático, bem como as lógicas de produção de sentido.

Segundo Stokel-Walker (2022), o TikTok foi concebido para oferecer uma experiência intuitiva e envolvente, alinhada ao consumo acelerado de conteúdos digitais. O *design* da plataforma priorizou a redução de barreiras técnicas, tornando a produção audiovisual acessível a qualquer usuário. Além disso, estratégias como o uso intensivo de *hashtags*, desafios e tendências foram estruturadas para potencializar o alcance e o engajamento. A viralização, nesse contexto, não é um efeito acidental, mas



um elemento constitutivo do projeto da plataforma, que transforma práticas individuais em dinâmicas coletivas massificadas.

Diversos autores apontam que o TikTok ultrapassa a noção de simples rede social, configurando-se como um espaço de experimentação estética, criativa e política. Para Hootsuite (2021) e Abidin (2021), a plataforma reconfigura campos de visibilidade e abre possibilidades para novas formas de ativismo. Weimann e Masri (2020) e Bresnick (2019) ressaltam seu caráter lúdico e expressivo, no qual coexistem brincadeira, autenticidade e discursos politizados. Assim, o TikTok pode ser compreendido como um *playground* digital que abriga tanto o “faz de conta” quanto a auto expressão direta e cotidiana dos sujeitos.

É justamente nessa condição de espaço de experimentação e de reconfiguração dos modos de dizer que o TikTok pode ser analisado a partir da lógica da enunciação (Fiorin, 2006). Embora compartilhe características com plataformas como Instagram e YouTube, o TikTok possui como um dos pilares centrais de sucesso sua dinâmica enunciativa, a qual é interpelada através de dispositivos próprios, como as *trends* e os recursos audiovisuais da interface. Nesse sentido, o TikTok amplia as possibilidades de mobilização das instâncias de pessoa, tempo e espaço, produzindo efeitos singulares de presença, repetição e circulação discursiva (Fiorin, 2011).

Como destaca Fiorin (2011), a enunciação se fundamenta na distinção entre pessoas empíricas e instâncias discursivas. No processo de produção e circulação proporcionado pela plataforma, o enunciador não corresponde ao criador empírico do conteúdo, mas ao “eu” implícito projetado no discurso; de modo correlato, o enunciatário é o “tu” pressuposto pelo próprio enunciado.

Essa lógica enunciativa torna-se evidente quando se observa o funcionamento da aba For You, na qual o enunciatário mantém simultaneamente sua posição de intérprete e reproduzidor de sentidos. Isso porque, conforme Oliveira (2025), os efeitos enunciativos resultam da articulação entre procedimentos sintáticos — como debreagens e embreagens de pessoa, tempo e espaço — e procedimentos semânticos, como figurativização, tematização e isotopias.

Os filtros padronizados e os áudios replicáveis disseminados na plataforma instauram novas remodelações desses processos, como observado na *trend* “Não tolerarei”, popularizada em 2022. Nessa ocasião, inúmeros usuários se apropriaram de um áudio da deputada federal Érika Hilton (PSOL-SP), extraído de um pronunciamento combativo na Câmara dos Deputados, resignificando-o em diferentes perspectivas de sentido (como exemplificado em https://www.tiktok.com/@euguilhermechaves/video/7309898239963073798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7510431469022643717). Tal dinâmica realça uma reconfiguração do ator discursivo e suas figurativizações.

Cabe ressaltar que, embora intrinsecamente ancorado em uma lógica enunciativa própria, o TikTok também compartilha uma sintaxe discursiva que produz aproximação e identificação, bem como uma semântica que tende ao anonimato e à fragmentação, dificultando a consolidação de um ator da enunciação estável (Barros, 2005). Essa característica manifesta-se no caráter fragmentado e pessoal que atravessa os conteúdos produzidos na plataforma.

Avançando na consolidação dos processos discursivos no interior dos vídeos curtos, replicáveis



e altamente interativos possibilitados pela plataforma (Chagas; Stefano, 2023), faz-se relevante articular os regimes de interação discursiva propostos por Oliveira (2013) e Rodrigues (2025). Segundo os autores, o sentido construído na relação entre enunciador e enunciatário pode assumir a forma de “sentido conquistado”, “sentido codificado” ou “sentido sentido”.

O “sentido conquistado” vincula-se a uma relação de manipulação entre as instâncias enunciativas, na qual o enunciador busca convencer o enunciatário mobilizando recursos discursivos diversos. Essa dinâmica pode ser observada no vídeo disponível em: <https://www.tiktok.com/@ooguizz/video/7582370171298270485>. No conteúdo, o enunciador articula fala, expressão facial, *lettering* e enquadramento para estabelecer uma relação de conquista, explorando uma composição sincrética, típica da plataforma.

Já o “sentido codificado” ocorre quando o enunciador não explicita sua tentativa de adesão, mas estrutura o discurso de modo que o enunciatário decodifique os códigos culturais mobilizados. Tal regime pode ser observado em: <https://www.tiktok.com/@floptokmoments/video/7568173632606719253>, no qual recursos expressivos, composicionais e repertórios culturais são acionados para orientar a interpretação.

Por fim, o “sentido sentido” refere-se a um modo de produção de sentido baseado na experiência sensível e afetiva, anterior à racionalização ou à decodificação. Nesse regime, o sentido não é apenas compreendido, mas vivenciado corporalmente, por meio de sensações e percepções. Esse funcionamento pode ser observado em vídeos de ASMR, como o disponível em: https://www.tiktok.com/@asmr_you_fb/video/7530340721421733125, nos quais o sentido emerge de uma experiência sensorial e não de uma codificação discursiva tradicional.

Conforme a sociosemiótica de Landowski (2014), o “sentido sentido” consolida-se a partir da ativação de um simulacro sensível que atua como dispositivo de aproximação entre enunciador e enunciatário. Essa dimensão privilegia a ideia de “estar junto”, convocando o enunciatário a ativar múltiplas sensações e a participar de um regime de interação pautado pela copresença.

VIRALIZAÇÃO, PROGRAMAÇÃO E REGIMES DE VISIBILIDADE NO TIKTOK

Adiante, no aprofundamento das dimensões que estruturam essa interface, Anderson (2020) afirma que o TikTok é atravessado por uma “sensibilidade metamoderna”, conceito formulado por Vermeulen e van den Akker (2010), que expressa a oscilação entre a esperança moderna e a ironia pós-moderna. Weil (2019) acrescenta que essa sensibilidade articula nostalgia e cinismo, consciência e ingenuidade, bem como manipulação, espontaneidade e vulnerabilidade. Tal estrutura afetiva manifesta-se na diversidade da plataforma, em que vídeos marcados por autenticidade convivem com encenações absurdas e produções altamente editadas, compondo uma atmosfera instável, simultaneamente estranha e encantadora.

Dentro disso, outra acepção central para a delimitação do TikTok diz respeito à caracterização do “viral” e à viralização como lógica constitutiva de sua circulação, os quais mobilizam sistemas de recompensas que sustentam as experiências dos usuários. Martino (2014) define o viral como um pro-



cesso de reprodução acelerada e massiva de conteúdos nas mídias digitais, no qual determinado material ultrapassa rapidamente sua audiência inicial e se dissemina de forma autônoma por meio da ação dos próprios usuários. Essa característica confere potência simbólica e comunicacional aos conteúdos, que passam a romper barreiras institucionais e a adquirir relativa autonomia nas redes. Para o autor, a viralização decorre da articulação entre fatores tecnológicos, simbólicos e comportamentais.

Kreiss e Karpf (2019) observam que o TikTok opera precisamente nessa lógica de viralização intensificada, impulsionada pela arquitetura da plataforma e por sua cultura de replicação. Os vídeos curtos, fortemente visuais e facilmente remixáveis, fazem com que a viralização deixe de ser um efeito eventual para se tornar uma expectativa inerente à produção de conteúdo. Shu et al. (2017) reforçam que a interface cria condições favoráveis à circulação de discursos simples, emocionais e simbolicamente marcados, uma vez que ferramentas de edição, áudios populares e desafios virais orientam a produção para o compartilhamento em larga escala.

Consolidando essa perspectiva, Tolentino (2019) descreve o TikTok como uma “rede social que nada tem a ver com rede social” (p. 11), uma vez que substitui a lógica de conexões pessoais por um modelo de viralização algorítmica. A autora define a plataforma como uma “enorme fábrica de memes, comprimindo o mundo em pós de viralidade e os dispersando até que o usuário se sinta saturado ou adormeça” (Tolentino, 2019, p. 13, tradução nossa). Essa formulação sintetiza a dinâmica acelerada da interface, marcada por consumo contínuo e reprodução incessante.

Baseado em sistemas de *machine learning*, esse aparato algorítmico é responsável pela organização do fluxo de conteúdos apresentados na aba “For You” dos usuários (tela de visualização e interação com as produções). De acordo com Anderson (2020), o algoritmo do TikTok é estruturado para entregar ao usuário conteúdos personalizados com base em seus interesses, localização, tempo de visualização, curtidas e compartilhamentos.

O autor aponta que o controle da tela de conteúdos da aplicação não é transparente, o que gera preocupações sobre a neutralidade e a manipulação das informações. Ainda assim, essa dinâmica permite que certos conteúdos ganhem visibilidade rapidamente, inclusive manifestações políticas espontâneas, independentes de uma rede pessoal prévia de contato. Desse modo, o TikTok se torna único em relação a outros aplicativos e redes sociais. Como observado por Anderson (2020), “um vídeo no TikTok, mesmo de um usuário sem seguidores, pode rapidamente ganhar audiência ao aparecer na For You de outros usuários” (Anderson, 2020, p. 10, tradução nossa).

Trindade e Perez (2016) explicam que esses algoritmos operam como mediadores centrais na experiência do usuário nas plataformas digitais, no TikTok esse papel de mediador realça ainda mais o consumo de conteúdo sob uma dimensão própria de programação (Greimas; Courtes, 2008). Teóricos como Chagas e Stefano (2022) apontam que o sucesso exponencial da plataforma no Brasil se vincula, justamente, à esse modelo de entrega de conteúdos que rompe com os já consolidados.

Ancorado nessa característica da viralização, mediada pelo seu algoritmo singular, tem-se outra acepção essencial para a compreensão do sucesso desta plataforma, o incentivo à replicação e da “dimensão imitativa”. Recursos como “usar este som” e a replicação de efeitos visuais impulsionam práticas de repetição intuitiva, mesmo por usuários sem habilidades técnicas avançadas no campo do audiovisual. Essa lógica sustenta o que Zulli e Zulli (2020) denominam “públicos de imitação”, nos quais



a sociabilidade se organiza a partir da cópia criativa e do pertencimento performativo. Graziani (2018) complementa essa análise ao apontar quatro fatores decisivos para o sucesso inicial da plataforma: investimentos em eventos na China, aprimoramento constante de filtros e efeitos, estratégias de monetização com grandes marcas e transmissões ao vivo destinadas a usuários com ampla audiência. Esses elementos contribuíram para consolidar o TikTok como espaço de inovação e alta circulação simbólica.

Sob um olhar semiótico, essa característica da “repetição” pode ser analisada a partir do plano da expressão no percurso gerativo de sentido (Barros, 2005). Nessa dinâmica, os algoritmos e os recursos internos da interface, compreendidos como elementos discursivos, operam segundo uma lógica de programação. Conforme argumenta Floch (2001), a programação organiza antecipadamente as condições de produção e circulação dos enunciados, revelando regimes específicos de visibilidade e interação. Desse modo, o dispositivo orienta quem pode falar, de que maneira e quais discursos tendem a circular, evidenciando seu papel estruturante na modelagem dos sentidos.

Nesse contexto, a discussão sobre a programação da plataforma permite compreender como o TikTok favorece determinadas formas figurativas, entendidas como aquelas que podem ser rapidamente reconhecidas e decodificadas pelo enunciatário. Figuras recorrentes, como cenas domésticas, *performances* corporais exageradas, animais em situações cômicas ou encenações do cotidiano, constituem repertórios estabilizados que facilitam a leitura imediata dos efeitos de sentido. Essas figurativizações funcionam como atalhos semânticos, reduzindo o esforço interpretativo e ampliando o engajamento. Ao reconhecer e reiterar tais figuras, a plataforma contribui para a consolidação de padrões recorrentes, programando não apenas a circulação, mas também os modos legítimos de dizer e representar.

Nesse sentido, a dinâmica algorítmica do TikTok assume papel central na organização da visibilidade e da circulação dos conteúdos, atuando como vetor fundamental de consolidação da plataforma no cenário digital. Ao legitimar determinadas formas plásticas (Landowski, 2014), associadas a padrões expressivos recorrentes e altamente engajáveis, o algoritmo estrutura o fluxo discursivo da interface. Essa lógica programada potencializa a retenção dos usuários, amplia o alcance dos vídeos e sustenta elevados níveis de engajamento, revelando-se decisiva para que o TikTok alcance métricas relevantes no ecossistema contemporâneo das redes sociais.

Cabe ressaltar que essa programação direcionada para a consolidação de um conteúdo como viral na experiência dos usuários no TikTok, através da estrutura algorítmica dessa rede, é implementada por dois sistemas principais de recompensas: o *status* social e a monetização programada. O sistema de recompensa social ancora-se, justamente, na perspectiva de conceber ao produtor um prestígio, circunscrito na entrega do seu conteúdo a inúmeras pessoas, com intuito de impulsioná-lo e seguir produzindo e aplicando padrões da plataforma, em um círculo retroativo. Similarmente ocorre com o sistema de recompensa por monetização, o qual é tradicional nas inúmeras redes sociais e se articula pela investida de capital para a maior entrega de um determinado conteúdo aos usuários.

Norteados por essa lógica algorítmica e de recompensas, em menos de uma década, a plataforma passou a figurar entre os cinco aplicativos mais utilizados globalmente (Walsh, 2025). Dados demográficos e de engajamento reforçam a centralidade cultural do TikTok em escala global e nacional. A plataforma conta, atualmente, com cerca de 1,58 bilhão de usuários ativos mensais, sendo aproximadamente 98 milhões no Brasil, além de apresentar taxas de engajamento superiores às de outras redes sociais



(Barnhart, 2025). Desse modo, a viralização ancorada em dimensões que conservam a repetição criativa, permeadas por uma lógica algorítmica própria, evidencia a face semiótica de programação priorizada pelo empreendimento.

Barnhart (2025) também destaca que a viralização deve ser compreendida não apenas como fenômeno quantitativo de alcance, mas como estratégia discursiva estruturada. Essa lógica privilegia conteúdos breves, impactantes e replicáveis, ancorados em *performances* reiteráveis e no reconhecimento coletivo. Em consonância com essa perspectiva, Chagas e Stefano (2022) entendem a viralização como um processo comunicacional dinâmico, que ultrapassa a simples difusão acelerada ao permitir a apropriação, o remix e a ressignificação de conteúdos em diferentes plataformas. Assim, a viralização assume caráter qualitativo, estruturando debates públicos e influenciando percepções sociais e políticas.

A SUPRESSÃO DO TEMPO E A BUSCA PELO AJUSTAMENTO

Consolidado o percurso de surgimento do TikTok, esta seção propõe um fechamento analítico do panorama de entendimento dessa expansão e suas principais caracterizações através da investigação das dimensões do tempo e do regime de ajustamento que permeia a enunciação nesse espaço. A partir da consideração das *affordances* disponibilizadas pela plataforma e algumas de suas dinâmicas propõe-se uma discussão acerca do tempo (Greimas; Courtes, 2008) e da brevidade (Rodrigues, 2025) como eixos centrais para a compreensão de seu êxito comunicacional (Chagas; Stefano, 2023).

Conforme definido por Greimas e Courtes (2008), o tempo, na semiótica discursiva, não corresponde a uma medida cronológica, mas a um efeito de sentido construído no discurso. Ele emerge da sucessão de estados e transformações narrativas, organizadas em relações de anterioridade e posterioridade, ancoradas no presente da enunciação, a partir do qual passado e futuro são projetados por meio de operações de temporalização e debreagem temporal. O tempo, portanto, constitui-se como categoria textual e relacional.

Segundo Rodrigues (2025), o tempo nas produções audiovisuais digitais contemporâneas é atravessado pela brevidade, entendida não apenas como limitação temporal, mas como princípio organizador central da enunciação nas redes sociais digitais. Trata-se de um tempo intensificado e densificado, no qual, em poucos segundos, concentram-se múltiplas operações discursivas, como cortes rápidos, aceleração de áudio e imagem, *close-ups* e narrações diretas. Esses recursos visam a capturar e sustentar a atenção do enunciatário em um ambiente marcado pela dispersão informacional. A compressão temporal exige, assim, uma organização estratégica do plano da expressão, na qual cada segundo deve produzir efeitos de sentido imediatos e projeções claras.

Nesse sentido, a brevidade pode ser compreendida como resposta direta ao modo contemporâneo de relação com o tempo nas redes sociais, caracterizado pela urgência, pela simultaneidade e pela expectativa de resultados rápidos (Rodrigues, 2025). As produções curtas pressupõem, portanto, um enunciatário adaptado a esse regime temporal, com baixa tolerância a conteúdos extensos e maior propensão a interações rápidas. A temporalidade do TikTok não limita a produção de sentido, mas a reorganiza, pressionando o enunciador a mobilizar de forma condensada seus recursos discursivos.

Ao observar essa articulação semiótica proposta pela ByteDance, pode-se afirmar que a brevidade-



de não empobrece o discurso, mas intensifica sua densidade. A utilização de *trends* e trilhas virais como mecanismos de pré-ambientação do enunciatário; a possibilidade de edição, cortes e acelerações diretamente na interface; o processo dinâmico de gravação e publicação imediata; a resposta a outros vídeos sem necessidade de aplicativos externos; e a inserção de letterings e imagens com poucos comandos sintetizam uma enunciação breve, porém saturada de códigos e camadas significantes, em sua expressão.

Nessa perspectiva, a dimensão temporal da enunciação se constitui como um operador discursivo construído na articulação entre aceleração, repetição e reconhecimento de formatos e figuras. Essa organização permite que o sentido seja conquistado, decodificado ou sentido em poucos instantes (Oliveira, 2013). A compressão temporal reorganiza, assim, as formas de narrar, interagir e produzir sentido no TikTok, sem inviabilizar a identificação do ator da enunciação, cuja presença é assegurada pelas marcas enunciativas inscritas no discurso.

Na continuidade desse exame dos eixos semânticos mobilizados pela plataforma (Fiorin, 1996), emerge a discussão sobre o risco e a busca constante pelo regime de ajustamento nas produções que circulam no TikTok (Landowski, 2014). Conforme Fiorin (2011), os conteúdos audiovisuais alternam efeitos de subjetividade e objetividade por meio da operação da *debreagem*, entendida como passagem do ato de dizer para o dito, isto é, do plano da enunciação para o plano do enunciado. É por meio dessa operação que o discurso projeta as categorias de pessoa, tempo e espaço.

A *debreagem* pode operar de duas maneiras: enunciativa e enunciva. A *debreagem* enunciativa projeta o “eu-tu”, o “aqui” e o “agora”, intensificando os efeitos de subjetividade, proximidade e identificação. Essa modalidade é recorrente nas produções do TikTok, sobretudo em vídeos de influenciadores, nos quais predomina um fazer-crer em detrimento de um fazer-saber. Por outro lado, a *debreagem* enunciva projeta o “ele-eles”, o “lá” e o “então”, produzindo efeitos de distanciamento e objetividade, comuns em conteúdos jornalísticos ou informativos. A escolha por um ou outro regime reorganiza profundamente a relação entre as instâncias do discurso (Bortoleto, 2014).

Essas operações discursivas constroem diferentes formas de relação entre sujeitos e mundo, por meio de enquadramentos próximos, câmera subjetiva, narração em *off* ou recursos de edição que modulam a experiência discursiva. No TikTok, tais escolhas não são neutras: elas participam ativamente da construção do sentido e da forma de engajamento proposta ao enunciatário.

Por fim, a análise dessas operações evidencia a centralidade do regime de ajustamento (Landowski, 2014) como princípio organizador da dinâmica comunicacional da plataforma. Ao disponibilizar múltiplos recursos expressivos, o TikTok orienta produtores e consumidores a uma relação contínua de adaptação mútua, baseada na atenção aos ritmos, formatos e expectativas que emergem da própria circulação discursiva. O ajustamento não se impõe como regra rígida, mas como um fazer-com, no qual os sujeitos modulam suas produções a partir das respostas do outro.

Considerando os quatro regimes de interação propostos por Landowski — programação, manipulação, ajustamento e acidente — observa-se que a produção de conteúdo no TikTok tende a reduzir a incidência do acidente. A recorrência de *trends*, formatos e modelos expressivos aponta para uma forte ancoragem na programação, que diminui a imprevisibilidade e favorece a repetição (Zulli; Zulli, 2020). No entanto, essa programação não elimina o ajustamento; ao contrário, cria um terreno comum a partir do qual os sujeitos afinam continuamente suas ações e expectativas.



Nesse quadro, as possibilidades oferecidas pela plataforma podem ser compreendidas como um fazer sentir orientado por um ajustamento prévio, no qual produtores antecipam modos de recepção e reconhecimento. O TikTok estimula conteúdos alinhados a sensibilidades compartilhadas, instaurando uma relação baseada menos na persuasão estratégica e mais na sintonia entre sujeitos. Assim, o regime de ajustamento configura-se como eixo estruturante da relação entre enunciadores e enunciatários, sustentando a lógica interacional que atravessa a plataforma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, a presente investigação mobilizou a semiótica discursiva para escrutinar como os formatos curtos, os cortes acelerados, as trilhas sonoras, os efeitos audiovisuais e os enquadramentos operam como estratégias de captura, retenção e convencimento do enunciatário no TikTok. Ao compreender o audiovisual como uma estrutura discursiva organizada por escolhas estratégicas, o estudo evidenciou que os vídeos da plataforma não se constituem como produções espontâneas ou aleatórias, mas como textos sincréticos direcionados por recompensas e uma lógica algorítmica própria.

A análise demonstrou que a reorganização da enunciação no ambiente digital, especialmente no TikTok, amplia e tensiona o entendimento das instâncias da pessoa, tempo e espaço nesse modelo rede. A partir de dispositivos, como *trends*, áudios replicáveis, filtros e mecanismos de interação, a plataforma instaura dinâmicas recorrentes de debreagem e embreagem que produzem efeitos simultâneos de proximidade, anonimato, repetição e circulação ampliada do discurso. Nesse contexto, o enunciador emerge como uma instância instável e fragmentada, enquanto o enunciatário é constantemente convocado a ocupar posições híbridas de interpretação, adesão e reprodução de sentidos.

Ao articular os regimes propostos por Oliveira (2013) — o sentido conquistado, sentido codificado e sentido sentido — o estudo evidenciou que o TikTok opera não apenas no plano da persuasão racional ou da decodificação cultural, mas também no campo da experiência sensível e afetiva. Além disso, constatou-se que as dinâmicas de produção e circulação que circunscrevem a enunciação nesses espaços está submetida a uma constante lógica de programação, assim como por uma constante busca do regime de ajustamento (Landowski, 2014) nas instâncias enunciador-enunciatário presentes nesse ambiente.

Por fim, ao legitimar a semiótica discursiva como ferramenta analítica pertinente para o estudo das plataformas digitais contemporâneas, este artigo reafirma sua potência teórico-metodológica para compreender fenômenos comunicacionais mediados por lógicas algorítmicas. A investigação compreende o TikTok como um ambiente complexo de produção simbólica, no qual se articulam estratégias discursivas, regimes de interação e disputas de sentido. Assim, espera-se que este trabalho contribua para o avanço dos estudos em comunicação digital, oferecendo subsídios para análises futuras que considerem a enunciação, o tempo e os regimes de sentido como eixos centrais na compreensão das dinâmicas comunicacionais das plataformas.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. **Maapeando celebridades da internet no TikTok: explorando economias da**



atenção e trabalhos de visibilidade. Pauta Geral, Ponta Grossa, v. 8, n. 2, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5212/19881>.

ANDERSON, Katie Elson. Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. **Library Hi Tech News**, v. 37, n. 4, p. 7–12, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>.

BARNHART, Brent. 28 **TikTok statistics marketers need to know in 2025**. Sprout Social, 24 mar. 2025. Disponível em: <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-stats/>. Acesso em: 14 set. 2025.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do discurso: fundamentos semióticos**. São Paulo: Humanitas, 2011.

BORTOLETO, Milton. Semiótica, enunciação e o discurso na internet. **Cadernos de Semiótica Aplicada – CASA**, v. 12, n. 2, p. 1–17, 2014.

BRESNICK, Evan. **Intensified play: cinematic study of TikTok mobile app**. 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/335570557>. Acesso em: 03 nov. 2025.

CASTRO, Luiz. Entre o improviso e a dublagem: disputas entre influenciadores e partidos no TikTok. In: CHAGAS, Viktor et al. (org.). **Comunicação e política nas redes sociais: práticas, pesquisas e experiências**. São Paulo: Intercom, 2020. p. 133–140.

CHAGAS, Viktor; STEFANO, Luiza de Mello. **TikTok e polarização política no Brasil**. Niterói: co-LAB/UFF, 2022. DOI: <https://doi.org/10.56465/ddoslab.2022.001>.

CHAGAS, Viktor; STEFANO, Luiza de Mello. Estratégias de uso do TikTok por políticos brasileiros. **Revista de Sociologia e Política**, v. 31, e022, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/Kz6XHt7kjQ3pz8qqSZy3XqF/>. Acesso em: 25 set. 2025.

FIORIN, José Luiz. **Enunciação e semiótica**. Letras/Universidade Federal de Santa Maria. Centro de Artes e Letras, Porto Alegre, n. 33, 2006.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. São Paulo: Ática, 1996.

FIORIN, José Luiz. **Enunciação. Cursos Livres**: Univesp TV, 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0FmN3h6GM80>. Acesso em: 09 dez. 2025.

FLOCH, Jean-Marie. Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. In: **Documentos de Estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**, n. 1. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2001.

GRAZIANI, Carlos. TikTok: a nova febre chinesa da internet. In: TEIXEIRA, Tarcízio et al. (org.). **Tendências e negócios digitais na Ásia**. São Paulo: ECA-USP, 2018. p. 101–115.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. Tradução de Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Contexto, 2008.



JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KELION, Leo. **TikTok suppressed disabled user's videos**. BBC News, 2 dez. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-50645345>. Acesso em: 11 dez. 2025.

KLEINA, Nilton Cesar Martins. Hora do TikTok: análise exploratória do potencial político da rede no Brasil. **Revista Uninter de Comunicação**, v. 8, n. 15, 2020.

KREISS, Daniel; KARP, David. Power in the platform: Facebook and the 2016 presidential election. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 2, 2019.

LANDOWSKI, Eric. **Interações arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. As interações discursivas. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de (org.). **As interações sensíveis**: ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski. São Paulo: Estação das Letras e Cores; CPS Editora, 2013. p. 247.

OLIVEIRA, Bruno Jareta de. Estratégias de enunciação de personagens no jogo *Florence*. **Revista Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 14, jan./dez., 2025, p. 1–22. DOI: 10.5752/P.2237-9967.2025v14e35028.

RODRIGUES, Carlos Alfeld. Interações discursivas em vídeos curtos. **Acta Semiotica**, São Paulo, v. 5, n. 9, p. 131-141, 2025. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/actasemiotica/article/view/73083/48441>. Acesso em: 10 dez. 2025.

SCHELLEWALD, Andreas. Changing modes of public connection: an essay on TikTok and the social affordances of personalized social media. **Frontiers in Computer Science**, v. 7, p. 1655767, 07 out. 2025. DOI: 10.3389/fcomp.2025.1655767. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomp.2025.1655767/full>. Acesso em: 13 dez. 2025.

SHU, Kai et al. Fake news detection on social media: a data mining perspective. **ACM SIGKDD Explorations Newsletter**, v. 19, n. 1, p. 22–36, 2017.

STOKEL-WALKER, Chris. **TikTok boom**: um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. Tradução de A. B. Rodrigues; A. P. R. T. Vieira. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

TIKTOK. Nossa missão. [s.d.]. Disponível em: <https://www.tiktok.co>. Acesso em: 13 dez. 2025.

TOLENTINO, Jia. How TikTok holds our attention. **The New Yorker**, 2019. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/09/30/how-tiktok-holds-our-attention>. Acesso em: 10 abr. 2025.

ZULLI, Diana; ZULLI, David J. Extending the Internet meme: conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media & Society**, v. 24, n. 8, p. 1872–1890, 2020. DOI: 10.1177/1461444820983603.

Submissão: 02/02/2026

Aceite: 11/05/2026